

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa strategi *marketing communication* radio 89,5 JIZ Fm. Hal ini didasari oleh bagaimana sebuah stasiun mengembangkan strategi *marketing communication* dalam menghadapi persaingan antar stasiun radio. Radio 89,5 JIZ Fm merupakan radio dengan target pendengar yaitu anak muda di Yogyakarta. Sebuah radio yang memiliki banyak pesaing membutuhkan strategi *marketing communication* yang efektif. Radio 89,5 JIZ Fm sebagai radio baru di Yogyakarta menggunakan strategi *marketing communication* untuk memperkuat positioning sebagai radio anak muda. Hal ini yang membuat peneliti menganalisis mengenai strategi *marketing communication* dalam rangka *positioning*. Teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini adalah teori produksi pesan dengan menjelaskan mengenai konsep bauran pemasaran dan bauran promosi yang dilakukan oleh radio 89,5 JIZ Fm. Jenis penelitian yang digunakan untuk mengetahui strategi *marketing communication* radio 89,5 JIZ Fm dalam rangka *positioning* adalah penelitian deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, radio 89,5 JIZ Fm menggunakan bauran promosi, yaitu promosi penjualan melalui program promosi, teknik penjualan tatap muka melalui *sales call*, periklanan melalui surat kabar, *online* serta media luar ruang, pemasaran langsung dengan *telemarketing* dan publisitas dan *public relations* melalui *event-event* yang diselenggarakan oleh radio 89,5 JIZ Fm seperti Jagoankustik, Majiz Show with Damien Magic Academy, *meet & greet with Armada*, dan lain-lain. Strategi *marketing communication* yang dilakukan oleh radio 89,5 JIZ Fm dalam rangka *positioning* sebagai radio yang *fun, young and local* dikatakan berhasil. Hal tersebut dapat dibuktikan dari survey AC Nielsen 2012 bahwa radio 89,5 JIZ Fm menduduki peringkat ke-5 di Yogyakarta untuk segmen anak muda dan menduduki peringkat tiga besar dalam *jogjastreamers*.